

**Пасько О. М.,**

*аспірант Університету банківської справи Національного банку  
України*

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВЗАЄМОДІЇ БАНКІВ І СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ**

*У даній статті розглянуті основні тенденції у фінансовому секторі України та зарубіжних країн, що стосуються банків і страхових компаній, їх взаємовплив. Визначені історичні передумови виникнення поточних тенденцій та їх перспективи.*

*In this article describes basic tendencies in the financial sector of Ukraine and abroad concerning banks and insurance companies, their interaction. The history of development of current tendencies and their perspectives are determined.*

**Вступ.** Тенденції у світовому фінансовому ринку безпосередньо пов'язані з його розвитком. Так, і зараз на фінансових ринках окремих країн можна спостерігати певні тенденції, зокрема, у взаємодії банків і страхових компаній можна виділити активізацію процесів створення їх об'єднань, переходу до клієнто-орієнтованих моделей дій та отримання відповідних позитивних результатів. Саме наявні тенденції на фінансовому ринку визначають шлях та рівень його розвитку в майбутньому, а як результат – і рівень розвитку національної економіки в цілому.

**Постановка проблеми.** Важливим елементом, що характеризує рівень розвитку національної економіки є стан фінансового сектору країни. Нові тенденції визначають рівень його розвитку як на даний момент, так і на майбутнє. Саме тому визначення нових напрямів вдосконалення є важливим для подальшого дослідження діяльності фінансового сектору країни, механізму взаємодії фінансових інститутів та перспективи їх розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У вітчизняній та зарубіжній літературі певна увага приділяється проблемі визначення нових тенденцій у взаємодії страхових компаній і банків. Великий вклад у її дослідженні зробили фінський вчений

R. Voutilainen та американський аналітик А. Singer, російські вчені Н. Адамчук та М. Мальковська. Вітчизняні дослідники також зробили значний внесок у вивченні теми, серед яких О. Барановський, В. Загребний, Н. Ткаченко, В. Фурман та інші.

Проте проблема дослідження і виділення тенденцій у взаємодії страхових компаній і банків все ще залишається відкритою та потребує постійного розгляду.

**Постановка завдання.** Метою статті є опис, аналіз нових тенденцій, визначення їх суттєвості й актуальності у фінансовому секторі України.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні саме створення альянсів банків і страхових компаній є головною тенденцією у фінансовому секторі. Зараз як на західноєвропейському та американському ринку, так і в Україні майже неможливо відшукати банк, що не має партнерських стосунків зі страховими компаніями, і навпаки, страхову компанію, що не співпрацює з банками. За допомогою альянсів зазначені установи досягають значних результатів та поліпшують свої економічні показники. Фінансова конвергенція також є потужною тенденцією на західних ринках в останні двадцять років [4, 2], проте в Україні, виходячи з історичних обставин, цей процес почався значно пізніше.

Спочатку виникла необхідність страхування ризиків при кредитуванні. Тобто банк визначає ряд страхових компаній (проводить акредитацію) шляхом вивчення їх реальних фінансових показників з метою гарантування, реального покриття ризиків щодо майна в яке вкладені банківські кошти позичальником. Наступним етапом взаємодії банків і страхових компаній став вихід їх відносин на більш високий рівень. Банки створюють свої страхові компанії або купують наявні. Виникає можливість створювати фінансовий продукт, що впроваджується у задіяні бізнес-процесів, в тому числі у АРМ банківських підрозділів.

Як зазначено на рисунку 1, банк виділяє одну страхову компанію, що зазвичай пов'язана з ним відносинами контролю.

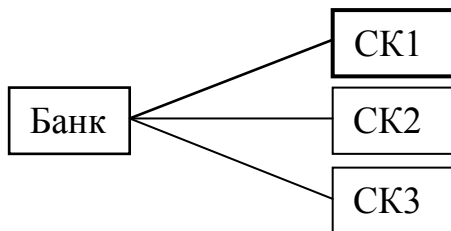


Рис. 1. Взаємодія банку зі страховими компаніями

Отже, при створенні тандемів банку і страхової компанії досягаються певні результати і можливості, а саме:

- створюється новий продукт;
- досягається нова якість продукту;
- поліпшується якість обслуговування;
- можливість балансування, перерозподіл прибутку.

Слід зазначити, що альянси компаній, пов'язаних відносинами контролю мають безперечні переваги. Саме тому кожна велика фінансово-промислова група має свій і банк, і страхову компанію.

Значна активізація процесу придбання одних учасників фінансового ринку іншими в Україні почалася на початку століття. Це пов'язано з бумом середньо- та довгострокового кредитування фізичних осіб і необхідністю страхування ризиків, пов'язаних з цими операціями.

Так, для прикладу, якщо узяти найбільших гравців на ринку страхових послуг України, то можна виділити такі тандеми: СК "Провіта" та банк АКБ "Форум", НАСК "Оранта" та АКБ "Укрсоцбанк", АСК "Омега" та АКБ "Фінанси і кредит", СК "ТАС" та АКБ "ТАС-комерцбанк", СК "УСГ" та АКІБ "Укрсиббанк", СК "Вексель" та АКБ "Промінвестбанк" та інші. Результатом є те, що зростає інвестиційна потужність об'єднання, побудова логістичної мережі та мережі реалізації стає більш простою для компаній однієї групи, виникає можливість ведення спільної рекламної кампанії, більш тісного спілкування з клієнтами.

Наступною, важливою тенденцією є те, що компанії переходять від продуктоорієнтованої моделі дії на ринку до клієнтоорієнтованої. Це показано у впровадженні не звичайних продавців продукту, а працівників-консультантів, що працюють з кожним клієнтом і можуть проконсультувати та запропонувати цілий ряд послуг. Використання клієнтсько-орієнтованої моделі призведе до того, що клієнт збільшує обсяг купівлі, тобто може купувати декілька послуг, тим самим збільшуючи прибутки компанії. Більша ймовірність того, що клієнт від потенційного перетвориться на лояльного, який буде купувати послуги в майбутньому та рекомендувати їх іншим. Такий підхід до реалізації продуктів безпосередньо пов'язаний з іншою тенденцією на фінансовому ринку. Такою тенденцією є створення фінансових супермаркетів (financial supermarket, "one-stop-shopping", "one-door-principle"), де клієнт має можливість вибрати і придбати в одному місці одразу декілька банківських, страхових та інших послуг. Зазвичай такий сервіс пропонують компанії однієї фінансово-промислової групи, тому це є

додатковим стимулом до створення об'єднань. Так, людина, що хоче купити автомобіль може оформити кредит і одразу ж купити страховий поліс (зазвичай умовою надання кредиту є обов'язкове страхування авто). Крім того, клієнт може обрати той вид страхового захисту чи банківського продукту, що йому більш підходить, адже банківські та страхові послуги часто можуть замінювати один одного. Такими послугами є банківська та страхова гарантії, обидві можуть мати однакове призначення. Іншим прикладом може слугувати страховий продукт, що замінює довгострокові депозити – традиційне страхування життя. Страхування життя в Україні тільки розвивається, а довіра населення поки що більша до банківських установ. Це пояснюється, зокрема, наявністю можливості отримати від Фонду гарантування вкладів фізичних осіб до 50 000 грн. (для прикладу, в Фінляндії гарантована сума – 25 000 EUR). Для страхових компаній такої гарантованої суми повернення нема, проте більшість компаній зі страхування життя мають стабільні фінансові показники. Також деякі корпоративні позики можуть бути заміщені страхуванням втраченої вигоди.

Зняття законодавчих бар'єрів для об'єднання страхових компаній і банків в більшості країн відкрило можливість реалізації страхових послуг через банки. Це призвело до того, що вже п'ять років тому у Франції до 60 % страхових полісів реалізувалися через банки, а загалом в Європі кожен третій поліс страхування життя і кожен двадцятий з інших видів страхування також реалізувався банками [2, 139]. На жаль, до цих пір ніхто не приводив статистику реалізації страхових продуктів через банки в Україні, але можна сказати, що частка цих каналів збуту просто мізерна в порівнянні з іншими.

Так, у США можна спостерігати таку картину залучення страхових премій банківськими установами, яка подана в таблиці 1.

Як видно з таблиці, брокерська винагорода від реалізації страхових продуктів банківськими установами (insurance brokerage revenues) у складі найбільших банківських холдингів США у 2007 році значно зросла в порівнянні з минулим роком. Зокрема, Citibank у складі Citigroup Inc. залучив у 2007 році на 17 % більше страхових премій, ніж у 2006 році. Аналогічний показник Wells Fargo & Company становить 19 %, а BB&T Corp. – 4 %.

Створення комбінованих фінансових продуктів також є новою тенденцією у банківській сфері та сфері страхування. Два банківських продукти можуть бути суміщені, наприклад, при наданні іпотечного кредиту та деякого ощадного продукту. Або

можуть бути комбіновані страхові продукти – ощадне страхування та страхування від ризиків. Також можуть бути комбіновані страхові і банківські продукти. Один типовий приклад такого продукту – надання кредиту на житло та страхування цього ж житла. Може бути надана платіжна картка та, разом з нею, поліс страхування: від нещасних випадків; медичних витрат тих, хто виїжджає за кордон, їх вантажу, затримки рейсів; на випадок втрати або пошкодження картки; на випадок махінацій з картою [2]. Страхова сума може бути невеликою, але все це буде реалізуватися не як окремий продукт, а як один комбінований, тобто у вартість картки буде входити і вартість страхування. Саме таким він має сприйматися клієнтом. Такі продукти вигідні та зручні як для клієнтів, що мають змогу просто все оформити і отримати продукт з додатковими якостями, так і компанії, що реалізує відразу пакет послуг.

*Таблиця 1.*  
*Брокерська винагорода від реалізації страхових продуктів банківськими установами (IBR) у найбільших холдингах США в 2007 році [3].*

№	Компанія	IBR у 2006 році, млн. дол.	IBR у 2007 році, млн. дол.	Зміна, %	Активи	Частка у активах, %
1	Citigroup Inc.	1 723,00	2 016,00	+17	2 187 631	0,09
2	Wells Fargo & Company	1 071,00	1 272,00	+19	575 442	0,22
3	BB&T Corp.	805,87	842,09	+4	132 618	0,63

З'являється тенденція до організації продажів послуг інших компаній в поєднанні зі своїми. Це певне продовження клієнтоорієнтованих моделей продажу. Компанія наголошує, що найкращі продукти не завжди виробляються тільки нею, а існують ще й спеціалізовані компанії (наприклад, СК "Арма" спеціалізується на медичному страхуванні, має свій штат кваліфікованих лікарів тощо), що можуть запропонувати кращі послуги. Безперечною перевагою такого підходу є більша довіра клієнта до компанії. Така тенденція типова для скандинавських країн, особливо для Швеції.

Ще одна важлива тенденція – сильний акцент на довгострокових заощадженнях. Деякі компанії визначають своїм пріоритетним напрямком діяльності роботу саме з такими заощадженнями (Skandia і SEB у Швеції, Sampo і Pohjola у Фінляндії та інші)[4, 9]. Особливо чітко цю тенденцію можна простежити в країнах, де велика частка фінансових заощаджень фізичних осіб знаходиться на депозитних рахунках у банку. Так, у Фінляндії більше половини фінансових активів населення зберігається у банках. Також розвивається страхування життя з широким спектром покриття ризиків. Український фінансовий ринок така тенденція тільки чекає, і пов'язана вона має бути з розвитком ринку страхування життя та довгострокових заощаджень.

**Висновки.** Таким чином, можна виділити такі тенденції, пов'язані із взаємодією банків та страхових компаній:

- 1) створення альянсів банків та страхових компаній;
- 2) перехід до клієнтоорієнтованої моделі дії і реалізації продукції;
- 3) створення фінансових супермаркетів;
- 4) реалізація страхових продуктів через банки;
- 5) створення комбінованих продуктів;
- 6) рекомендації схожих продуктів компаній-партнерів;
- 7) акцент на довгострокових заощадженнях.

Слід зазначити, що кожна тенденція впливає на ринок фінансових послуг України і, як результат, на економіку країни. Тому завданням кожної компанії у фінансовому секторі є найефективніше управління та прямування за новітніми тенденціями, розробками та технологіями. Отже, важливим є подальше дослідження теми та розробка практичних рекомендацій щодо моделей взаємодії страхових компаній і банків, їх діяльності та розвитку.

### Література

1. Адамчук Н.Г., Мальковская М.А. Проблемы и пути государственного регулирования процессов слияния и конвергации на финансовых рынках // Теория страхового права. – 2002. – № 1. – С. 3-19.
2. Фурман В.М. Формування ефективної стратегії взаємодії страхових компаній та банків // Фінанси України. – 2003. – № 1. – С. 137-141.
3. Singer, Andrew W. Who's who in bank insurance: A guide to the Top 100 U.S. Institutions. – NY., bank insurance market research group, 2008.
4. Voutilainen, Raimo. In search for the best alliance structure between banks and insurance companies. – Helsinki school of economics, 2006.